

# FRÅN S TILL Z

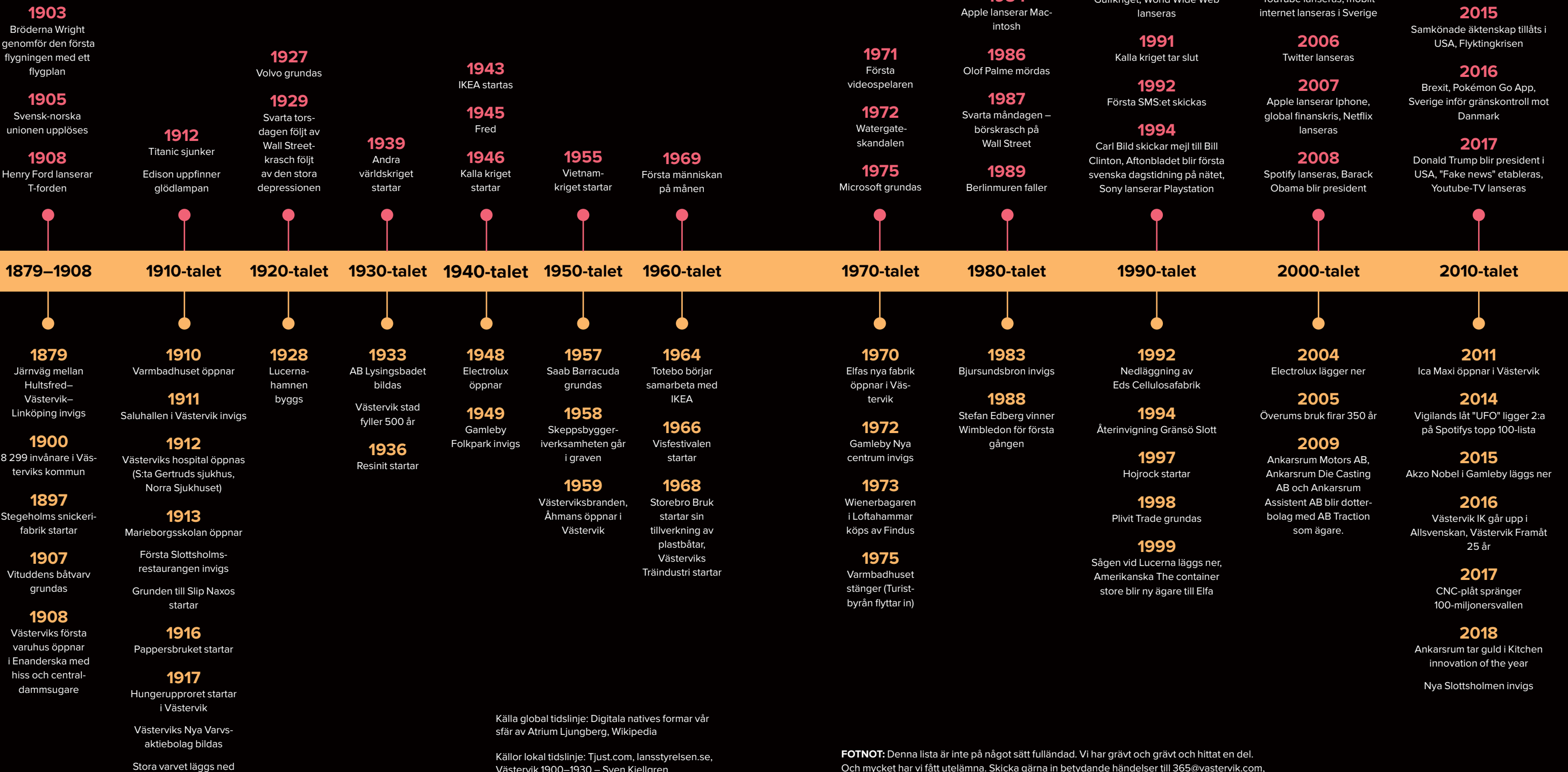
– MÖT GENERATION VÄSTERVIK

Låt oss bredda ut bilden av Västerviks näringsliv utifrån ett generationsperspektiv. I det här reportaget försöker vi sätta fingret på vad som kännetecknar vårt näringsliv. Möt Den Stora generationen, Den Tysta generationen, Rekordgenerationen, Generation X, Generation Y och Generation Z.

Text: NIKLAS LIND OCH JOHAN ÖHRLING ELLTORP Foto: NATHALIE CHAVEZ

# GENERATIONERNA I RETROSPEKTIV.

● Global tidsinje ● Lokal tidslinje



Källa global tidslinje: Digitala natives formar vår sfär av Atrium Ljungberg, Wikipedia

Källor lokal tidslinje: Tjust.com, lansstyrelsen.se, Västervik 1900–1930 – Sven Kjellgren vastervik.com, vastervik.se, Wikipedia

**FOTNOT:** Denna lista är inte på något sätt fullständig. Vi har grävt och grävt och hittat en del. Och mycket har vi fått utelämnat. Skicka gärna in betydande händelser till 365@vastervik.com, så gör vi tillsammans en fullständig tidslinje på vastervik.com/365.

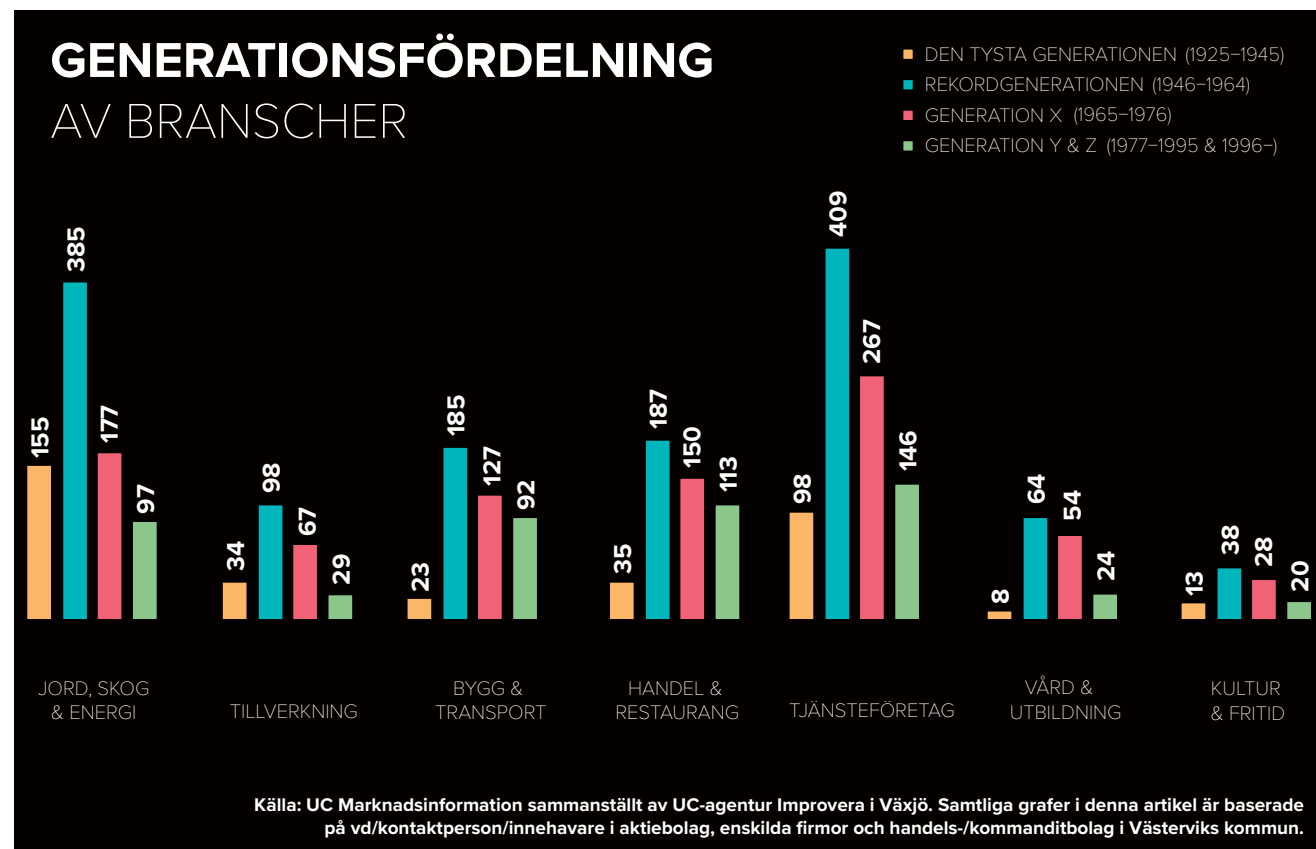


Vilka är branscherna och personerna bakom Västerviks näringsliv? Hur tänker de och vad kännetecknar dem – ur ett 100-årsperspektiv? Vi har gjort ett försök att titta på detta genom att tillsammans med framtidsstrategen på Kairos Future, Cristina Lázaro Morales, skapa allmänt vedertagna generationsbegrepp och definitioner. Med skraddarsydd statistik från Charlotte Heliosson på Improvera/UC Marknadsinformation i Växjö presentera branschdata om varje generation. Genom globala och lokala tidsaxlar, som sträcker sig från början av 1900-talet fram till dags datum, försöka skapa perspektiv. Samt genom lokala

porträtt, skapa exempel och förebilder för respektive generation. De faser vi går igenom under livet har ändrats över generationer (se översta grafen nedan). På 1920-talet började man att jobba tidigt och gjorde det så länge kroppen höll. Idag har sådana krav och ansvar vikt undan till förmån för befrielse och mer frihet. Även i högre ålder. 70 år är det nya 50, 50 år det nya 30 och så vidare. Men även om livsfaserna inom varje generation tenderar att förändras i 20-årsintervall, så går de globala yttre omständigheterna med politiska omvälvningar och en turbulent omvärld i stora 80-årsrytmer, menar Cristina Lázaro Morales. Vilket påverkar och formar oss som människor och således som företagare.



Källa: "Digitala Natives formar vår sfär" av Kairos Future och Atrium Ljungberg.



Källa: UC Marknadsinformation sammanställt av UC-agentur Improvera i Växjö. Samtliga grafer i denna artikel är baserade på vd/kontaktperson/innehavare i aktiebolag, enskilda firmor och handels-/kommanditbolag i Västerviks kommun.

## Den stora generationen

(1901-1924) Vi börjar med en generation som Västerviks näringsliv endast har två registrerade företagare ifrån (båda inom jord, skog- och energi). En generation som har lagt grunden till det vi idag består av. Det glada 20-talet präglades efter första världskriget av högkonjunktur och en kulturell blomstringstid då exempelvis jazzen och radions breda intåg drog in. Den stora generationen är även uppvuxen under "Den stora depressionen" till följd av börskraschen i New York 1929. Händelsen gav eko i hela världen med social nöd som följd och avtagande tilltro till traditionellt förtroendeingivande institutioner, som även Generation Y lider av. Ledord: Strävsamma och lojala.



# Den tysta generationen



## BÖRJE ANDERSSON

Född: 1941

Bor: Västervik

Företag: Dalsjö Såg, Västerviks Träindustri, Pappersbruket, Material Männen, Ostkustens Företagscenter, Welux, skog- och fastighetsägare.

### Känner du igen dig i beskrivningen av din generation?

– Nej, när jag kom till Västervik 1968 och startade Västerviks första byggshop, sa man, "han blir inte gammal i stan", men nu 50 år senare har det blivit en hel del verksamheter. Jag har alltid haft expansion och växa som ledord och är väl en typisk entreprenör. Så jag är varken tillbakadragen, försiktig eller oäventyrlig.

### Vad tror du din generation har betytt och betyder för Västerviks näringsliv?

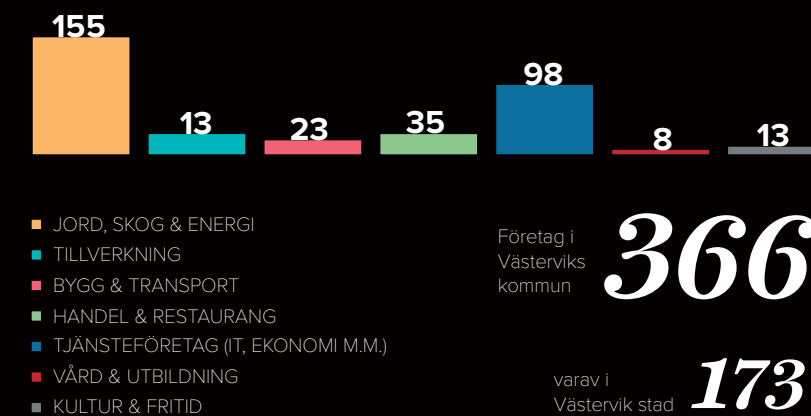
– Det finns ett stort gäng kreativa idésprutor och entreprenörer med stor drivkraft som jag skulle vilja lyfta fram, även om en del är något yngre än mig. Ulf Åberg (Totebo), Per Johansson (Gränsö Slott), Per Karlsson (Gertrudsvik) och Harald Hjalmarsson (moderat politiker) bland annat. De har betytt oerhört mycket för Västervik. Sen får man inte glömma alla de duktiga chefer som har drivit de stora företagen i vår kommun.

### Vad är din drivkraft?

– Jag älskar att skapa och försöker att se möjligheter i projekt och vet ganska tydligt vart jag vill med dem.

## DEN TYSTA GENERATIONEN | 1925-1945

### ANTAL FÖRETAG PER BRANSCH



### Vad är du mest stolt över i din företagarkarriär?

– Västerviks Träindustri. Vi gick ifrån att början omsätta 300 000 kronor till att 16 år senare omsätta 45 miljoner och ha 65 anställda.

### Vad är den absoluta viktigaste ingrediensen i företagande?

– Att vara vaken och lyssna på personal, kunder och samarbetspartners. Och att ha en förstående hustru. Jag har inte precis haft 40-timmarsveckor.

### Vad är den absolut viktigaste ingrediensen i livet?

– Bra hälsa och glädje, du måste ha glädje till det du gör. Oavsett om det gäller jobb eller privatliv. Sen förstås min familj, barn, och barnbarn. De betyder oerhört mycket för mig att följa och vara nära dem.

**Vad är Västerviks näringslivs absolut största utmaningar/möjligheter?**

– Nummer ett att vi får behålla de stora företagen som exempelvis i Västervik, Ankarsrum, Överum, Gamleby, Gunnebo, Loftahammar och Totebo. Att mindre företag kan förbättra kapaciteten ytterligare. Sen har jag en riktig hjärtefråga som jag ser som absolut nödvändig på så många olika sätt och det är Södra infarten. Den måste till.

### Vad gör du om fem år?

– Om jag får vara frisk jobbar jag på samma sätt, med våra fastigheter och skogsfastigheter, men idag har jag av sagt mig styrelseuppdrag som jag har haft i många år.

## Så tänker Den tysta generationen

Starkt präglade av framförallt andra världskriget och en turbulent omvärld vilket leder till viss försiktighet och oförutsägbarhet, som generation Z även går igenom idag. Rekordgenerationen följer samhällets regler och normer och är strävsamma i sitt arbete. Sätter ett värde i kvalitet och varaktighet framför kvantitet och slit och släng. Döpta 1951 av tidningen Time Magazine som satte följande ledord: Tillbakadragna, försiktiga och oäventyrliga.

## Fem globala inspiratörer

- Warren Buffet (Berkshire Hathaway m.m.)
- P.G. Gyllenhammar (Volvo m.m.)
- Peter Wallenberg (The grand group)
- Antonia Ax:son Johnson (Axfood m.m.)
- Gudrun Sjödén (modedesigner)

## Fem lokala inspiratörer

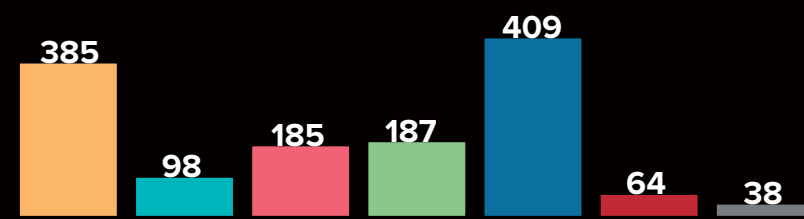
- Bjarne Embretsen (ET-Byggen)
- Per Sandén (Ewebe)
- Bertil Jonsson (Grävmaskiner)
- Esbjörn Ulfsäter (Pappersbruket)
- Bertil Dolk (Dolk Arkitektkontor)

# Rekordgenerationen



## REKORDGENERATIONEN | 1946–1964

ANTAL FÖRETAG PER BRANSCH



- JORD, SKOG & ENERGI
- TILLVERKNING
- BYGG & TRANSPORT
- HANDEL & RESTAURANG
- TJÄNSTFÖRETAG (IT, EKONOMI M.M.)
- VÅRD & UTBILDNING
- KULTUR & FRITID

Företag i Västerviks kommun

# 1458

varav i Västervik stad

# 767

## MANZAR ROSINSKI

Född: 1962

Bor: Hus i Gamleby, lägenhet i Västervik

Företag: Manzar Klipp & Form AB

### Känner du igen dig i beskrivningen av din generation?

– Jag kom ju till Sverige först 1988. Ifrån ett Iran i krig och förstörelse, och ett samhälle i kollaps. På så sätt känner jag igen mitt eget land i beskrivningen, jag vet hur det känns när allt förstörs. När jag kom till Sverige gick jag i sex månader på bidrag och kunde inte språket. Det är verkligen absurt att gå på bidrag när man själv vill bidra. Jag bestämde mig att jag måste ut på arbetsmarknaden. På den här tiden var det svårt med arbete och praktikplats. Men så träffade jag Gun Abbegård på Chrisma, där jag fick praktik. Jag stannade där i nio år. Jag har henne att tacka för så otroligt mycket. Jag fick ett språk och ett jobb.

### Vad tror du din generation har betytt och betyder för Västerviks näringsliv?

Omsorg. Vår generation har verkligen brytt sig om att bygga samhället. Jag har lagt ner min själ i det. Det finns så mycket möjligheter i Sverige och i Västervik. Man måste bara hitta sin potential. Vårt samhälle erbjuder så mycket och vi måste ta vara på det.

### Vad är din drivkraft?

– Se möjligheterna, inte se hindren.

### Vad är du mest stolt över i din företagarkarriär?

– Att jag har haft mitt företag i 16 år. Varje dag som jag kan öppna mitt företag med min nyckel så känner jag stolthet. Jag är stolt varje dag. Friheten som jag har. Att jag har lyckats trots svårigheterna. Det är en fantastisk känsla.

### Vad är den absoluta viktigaste ingrediensen i företagande?

– Kontakten med människor och servicen som måste ske efter individens behov. Att alltid ha kunden i centrum.

### Vad är den absolut viktigaste ingrediensen i livet?

– Tacksamhet. Att varje dag känna tacksamhet över hur vi har det i Sverige.

### Vad är Västerviks näringslivs absolut största utmaningar/möjligheter?

– Att man håller sig uppdaterad och ger kunderna det som de verkligen behöver. Låt inte företaget bli en rutin. Utveckla dig och kom med något nytt hela tiden.

### Vad gör du om fem år?

– Om jag håller mig frisk och kry så kommer jag att jobba. Det är jobb som gäller. Arbetet är en del av livet, men man måste njuta av livet samtidigt. Det går inte att vänta tills man blir pensionär.

## Så tänker Rekordgenerationen

Efterkrigstidsbarnen som växte upp under en stark framtidstro, optimism och tillväxt. Rekordgenerationen präglas av en lojalitet till att arbeta och bygga upp det samhälle och folkhemsbygge som hade förstörts och ersätta det med starka och långsiktiga institutioner. De bröt ifrån sina föräldrars gamla värderingar och traditioner och skaffar sig längre utbildning i ett samhälle av välfärd och expansion. Ledord: Arbete, självförverkligande och leva livet.

## Fem globala inspiratörer

Steve Jobs (Apple)  
Bill Gates (Microsoft)  
Oprah Winfrey (Harpo m.m.)  
Amelia Adamo (Amelia m.m.)  
Stefan Persson (H&M)

## Sju lokala inspiratörer

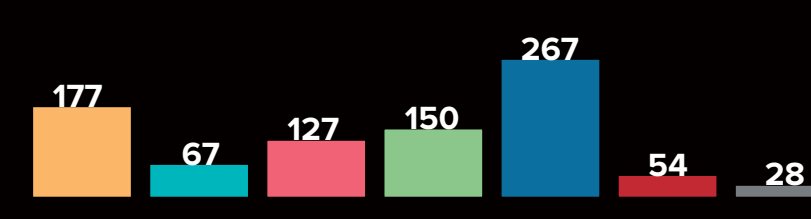
Katharina Arvidsson (Ica Maxi Västervik)  
Mats Thorsman (Fastighetsägare)  
Peter Billberg (Västerviks Golklubb)  
Per Johansson (Gränsö Slott)  
Ingrid Hirschman (Jojjen AB)  
Ulf Åberg (Totebo AB)  
Michael Carlsson (Kustcamp)

# Generation X



## GENERATION X | 1965–1976

ANTAL FÖRETAG PER BRANSCH



- JORD, SKOG & ENERGI
- TILLVERKNING
- BYGG & TRANSPORT
- HANDEL & RESTAURANG
- TJÄNSTFÖRETAG (IT, EKONOMI M.M.)
- VÅRD & UTBILDNING
- KULTUR & FRITID

Företag i Västerviks kommun

# 521

varav i Västervik stad

# 319

## ANNA LILJANDER

Född: 1975

Bor: Västervik

Företag: Park Hotell i Västervik AB samt Andersson & Ljung AB (Västerviks Sjömack)

### Känner du igen dig i beskrivningen av din generation?

I allra högsta grad. Det känns som om jag är urtypen för Generation X. Det är som att läsa ett personporträtt om mig. "Det som inte finns på mejl har inte hänt". Självständig: Ja! Tydlig: Javisst! Hårt arbete: Herregud, ja!

### Vad tror du din generation har betytt och betyder för Västerviks näringsliv?

Om jag tänker igenom vilka företag i Västervik som drivs av personer från min Generation X, så inser jag att vi är ju ett rätt stort gäng. Vi är helt klart en betydande del av det som idag är Västerviks näringsliv. Gissningsvis står vi för en hel del arbetstillfällen och utan oss så skulle nog Västervik te sig ganska tomt.

### Vad är din drivkraft?

Att möta nya människor och att få bestämma över min tid.

### Vad är du mest stolt över i din företagarkarriär?

Att vi från grunden byggt upp vår verksamhet till det den är idag. Att vi tog steget när tillfället gavs. Mina föräldrar som är Generation R, drev företag när jag var liten och det har säkert bidragit till att

jag inte var främmande för att själv driva företag.

### Vad är den absoluta viktigaste ingrediensen i företagande?

– Att våga genomföra och faktiskt orka genomföra de idéer som dyker upp. Men även att kunna inse att en idé kanske inte var så himla bra och där våga backa och ändra sig. Så genomförande och förändring!

### Vad är den absolut viktigaste ingrediensen i livet?

– Familjen!

### Vad är Västerviks näringslivs absolut största utmaningar/möjligheter?

– Att kunna möta de nya trender, de förväntningar och behov som kommande generationer kommer ha på oss. Att kunna anpassa sig, tänka nytt. Men även att våga stå kvar vid det som är bra och som fortfarande fungerar och tro på sin produkt eller tjänst.

För otroligt många branscher är näthandel ett stort hot. Men det är ju faktiskt också en möjlighet att faktiskt utkristallisera vad som är ens styrka och främsta konkurrensfördel mot näthandeln. Kanske är din styrka det personliga mötet. Jobba med det då. Bli bättre på det som du har och som du kan erbjuda.

För min bransch är det största hotet personal, att hitta personer som vill jobba med serviceyrken är svårt redan idag och jag tror det kommer att bli ännu svårare. Vi måste hjälpas åt att höja statusen på serviceyrket

## Så tänker Generation X

Generation X kom in på arbetsmarknaden på åttiotalet och var med under IT-bubblan och gjorde sina chefer oroad för sin apati. Men de behövde inte oroa sig länge. Istället är det den här generationen som arbetar hårdast och i högst utsträckning offerar sitt privatliv för karriären. En lätt cynisk generation (tänk Seinfeld och Killinggänget) som friskriver sig från ansvar och allvar. Tid är hårdvaluta och kommunikation i mejl är att föredra före tidsödande möten mellan fyra ögon. Generation X har lärt från historien och planerar framtiden. Ledord: Självständighet, tydlighet och hårt arbete.

## Fem globala inspiratörer

Elon Musk (Tesla)  
Filippa Knutsson (Filippa K)  
Stina Ehrensvärd (Yubico m.m.)  
Larry Page (Google)  
Satoshi Nakamoto (Bitcoin)

## Fem lokala inspiratörer

Stina Qubti (Busfrö)  
Jonas Settlin (Magasin 7)  
Johan Sjöblom (CNC Plåt)  
Michael Gross (Monera Resuspartner)  
Elisabeth Eidersjö (Richardssons Verktygsservice)



# Generation Y



## TOMAS JÖRBRINK

Född: 1989

Bor: Västervik

Företag: AT89 Flytt & Transport

### Känner du igen dig i beskrivningen av din generation?

– Absolut, att datorer och mobiler har varit en del av min uppväxt, och utvecklingen på dessa områden har ju varit ganska sjuk. Från att i stort bara kunna ringa med en telefon så kan man idag styra både hem/bil/jobbar med mera, med endast luren.

### Vad tror du din generation har betytt och betyder för Västerviks näringsliv?

– Jag tror alla generationer drar sitt strå, men såklart, precis som med tidigare frågor med datorer/mobiler, så tror jag vi yngre kan något mer där generellt. Tillsammans med övriga generationer kan man nog blanda kunskap och nå utveckling för Västervik.

### Vad är din drivkraft?

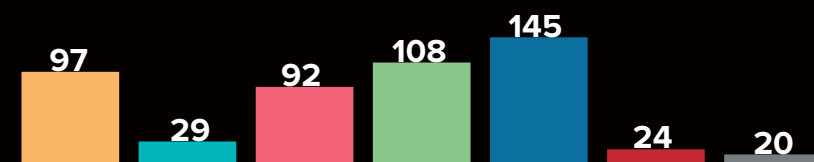
– Att försöka utvecklas och göra det man gör så bra man bara kan. Att få kunder hundra procent nöjda är ett mål som vi alltid stävar efter.

### Vad är du mest stolt över i din företagarkarriär?

– Att man tog steget från den trygghet man hade tidigare. Att tillsammans med Andreas (Bergström) skapa företaget på det vis vi vill och tycker att just vår bransch ska se ut.

## GENERATION Y | 1977–1995

ANTAL FÖRETAG PER BRANSCH



- JORD, SKOG & ENERGI
- TILLVERKNING
- BYGG & TRANSPORT
- HANDEL & RESTAURANG
- TJÄNSTEFÖRETAG (IT, EKONOMI M.M.)
- VÅRD & UTBILDNING
- KULTUR & FRITID

Företag i Västerviks kommun

515

varav i Västervik stad

313

### Vad är den absoluta viktigaste ingrediensen i företagande?

– Att vara driven. Att tillsammans sätta upp mål att arbeta efter och sen göra allt för att uppnå det.

### Vad är den absolut viktigaste ingrediensen i livet?

– Lycka och glädje skulle jag nog säga, mycket ingår i det med familj och vänner.

### Vad är Västerviks näringslivs absolut största utmaningar/möjligheter?

– Samarbete, vi samarbetar redan väldigt bra, men jag tror man kan göra detta betydligt bättre.

### Vad gör du om fem år?

– Ligger säkert och knäcker ryggen efter en tuff dag på jobbet :)

*"2025 är tre av fyra arbetsföra födda i Generation Y runt om i världen."*

LÄS MER OM  
GENERATION  
S TILL Z PÅ  
[vastervik.com/365](http://vastervik.com/365)

## Så tänker Generation Y

En generation uppväxt och präglad i en digital samtid med datorer och mobiler. Formade av exempelvis miljöförstöringar och en orolig omvärld vill generation Y rätta till tidigare generationers misstag. Tilliten till traditionella institutioner har tappats (parallell till Den stora generationen) och deras företag och arbete (och konsumtion) skall vara meningsfullt, ansvarsfullt och rimma med de värderingar som de har själva. De vill göra världen bättre. 2025 är tre av fyra arbetsföra födda i Generation Y runt om i världen. Ledord: Ansvarstagande under frihet och frihet genom att ha tid.

## Fem globala inspiratörer

Christina Stenbeck (MTG m.m.)

Daniel Ek (Spotify)

Mark Zuckerberg (Facebook)

Isabella Löwengrip (Bellme AB m.m.)

Pewdiepie (Youtuber)

## Fem lokala inspiratörer

Jesper Björkman (Löga Beach Party)

Anna Dahl (Boligheter)

Marie Sevlidis (People Västerik)

Elias Besheri (Sahara)

Michael Gegerfeldt (Eleven)

# Generation Z (1996–)



## MOA CARLSSON HELLSTRÖM

Född: År 1999

Bor: I Västervik, växelväs i Gamleby.

Företag: Driver UF-företaget "Carry N' Care" tillsammans med tre stycken andra. Företagets affärsidé är att sälja miljövänliga, trendiga och ekonomiskt hållbara tygkassar.

### Känner du igen dig i beskrivningen av din generation?

– Absolut! Vi lever idag i ett samhälle där tekniken har otrolig stor påverkan på oss, både positivt och negativt. Att vi därav blir stressade är inte speciellt konstigt.

Vi använder internet i vår vardag hela tiden, vilket har sina för- och nackdelar. Beskrivningen ger en relativt bra bild av hur denna generation är och uppfattas, som jag absolut kan känna igen mig i.

### Vad tror du din generation har betytt och betyder för Västerviks näringsliv?

– Jag tror att Z-generationen har betytt och betyder ganska mycket för Västerviks näringsliv. Det krävs nytänkande och tekniska ungdomar för att samhället ska kunna utvecklas. Ungdomar som kommer med nya idéer är otroligt viktigt. Att blanda gammalt med nytt är något jag verkligen förespråkar.

### Vad är din drivkraft?

– Min drivkraft skulle jag säga är lycka och ingen stress. När jag inte känner några måsten mår jag som bäst. Men jag känner

*"Det krävs nytänkande och tekniska ungdomar för att samhället ska kunna utvecklas"*

även en drivkraft när jag får saker och ting gjort, när jag kan bocka av saker från min "att-göra-lista". För mig är det viktigt att ge beröm och respons när någonting går bra, därför anser jag även att utvärdering är positivt för framgång. Kortfattat jobbar jag på som bäst under någorlunda press, där jag får sätta gränsen själv, på rätt sätt.

### Vad är du mest stolt över i din företagarkarriär?

– Jag har alltid varit en person som gillar att ta kommandot och vill gärna ha saker på mitt eget sätt, därför har vd-rollen i vårt företag passat mig perfekt. Jag kan inte säga att det just är rollen i företaget jag är mest stolt över, men framgångarna vi gjort tillsammans är jag otroligt stolt över. Företaget byggdes upp med en hel del motgångar i början, men vi tog oss ur motgångarna och kämpade på! Jag anser också att marknadsföringen har skötts på ett snyggt sätt under UF-året, vilket jag också är stolt över.

### Vad är den absolut viktigaste ingrediensen i företagande?

– Glädje och bra samarbete, kombinerat med ett bra team. Att ha roligt är det absolut viktigaste enligt mig. Detta bildas genom ett bra team med ett bra samarbete. Sammantaget leder det till framgång. Något annat som är väldigt viktigt i företagande är att tro på sin egen förmåga och produkt/tjänst!

### Vad är den viktigaste ingrediensen i livet?

– Gud, vilken svår fråga. Men jag skulle säga, som jag gjort innan, att glädje är viktigt. Hälsan tror jag också spelar roll, så länge man har en god hälsa och positivitet kommer man långt i livet.

### Vad är Västerviks näringslivs absolut största utmaningar/möjligheter?

– Västerviks näringslivs största utmaning, men även möjlighet, är att kunna få in ungdomars tankar och idéer i det konkreta samhället. Många ungdomar sitter på en mängd olika bra idéer kring lösningar i samhället, vilket är viktigt att uppmärksamma! Detta vet jag att Västerviks näringsliv redan sysslar med. Men det kan aldrig bli för mycket av ungdomars kreativitet, med tanke på att det är vi som kommer driva samhället framåt i framtiden.

Annars tycker jag att Västerviks näringsliv gör ett oerhört bra jobb.

### Vad gör du om fem år?

– Om fem år önskar jag att jag är bosatt Göteborg tillsammans med en hund och kanske (förhoppningsvis) en pojkvän. Jag lever lyckligt och kanske börjar fundera på att bilda familj. Att driva eget företag har även funnits med i mina tankar ett tag – men det återstår att se! Om inte, hoppas jag att jag hamnar på ett arbete jag trivs med. Jag vägrar ha tråkigt på jobbet.

## Så tänker Generation Z

Generation Z är födda med smarttelefonen i handen. Det är vår nästa generation företagare och till skillnad från sina föregående generationer är det här en generation som snabbt vill bli vuxen. Generation Z har aldrig upplevt tiden utan internet och är uppväxta med sociala medier vilket formar allt från deras studier till fritidsaktiviteter. Även om det är en hälsomedveten generation så är det samtidigt en stressad generation, kanske på grund av det oändliga utbudet valmöjligheter. Generation Z påminner mycket av det som den Den tysta generationen gick igenom i form av en skakig politisk omvärld och en epok för omprövning. Ledord: Teknikkunniga, nyfikna och ständigt uppkopplade.

## Fem spännande UF-företag

**Smushie UF** har tagit fram och säljer ett hälsosamt och smidigt alternativ till mellanmålet. Produkten är en kombination mellan smoothie och gröt.

**NYB of Sweden UF** säljer egendesignade tröjor med bakomliggande budskap. NYB står för Not Your Body och de vill uppmärksamma sexuella övergrepp.

**CleanCharge UF** är återförsäljare och de säljer mobiltillbehör.

**Stöd Love & Hope UF** säljer egenproducerade armband i syfte att lyfta frågor om barnsexslaveri.

**Safecan UF** är återförsäljare och de säljer snygga och praktiska silikonlock till läskburkar. 10 % av vinsten skänks till Cancerfonden.